



COMMUNIQUÉ
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Jig-A-Loo^R glisse aux mains de nouveaux actionnaires

Montréal, 8 juin 2006 – Messieurs David Gilmour, Bernard Allaire et Patrick Hofman sont heureux d’annoncer l’acquisition de **Lubrifiants JIG-A-LOO** (www.jigaloo.com) de Holding Angelcare Inc., une compagnie de produits de consommation contrôlée par le réputé homme d'affaires québécois, Maurice Pinsonnault. C’est en 2004 que ce dernier avait lancé sur le marché de détail canadien ce produit surtout connu des milieux industriels et commerciaux depuis 1958.

JIG-A-LOO est un lubrifiant invisible tout usage permettant à de nombreux articles de mieux fonctionner et glisser. Offrant des applications presque illimitées dans les secteurs résidentiels, commerciaux et industriels, JIG-A-LOO est idéal pour le bois, le plastique, le métal, le cuir et autres surfaces. Un imperméabilisant exceptionnel qui ne tache pas et ne coule pas, il protège également contre la rouille. Contrairement aux lubrifiants conventionnels, JIG-A-LOO ne contient ni pétrole, ni graisse, ni cire ou détergent.

Selon David Gilmour, CEO de JIG-A-LOO World, le futur de ce produit et de cette marque de commerce est très prometteur. “ Le potentiel de croissance de cette marque est tout simplement phénoménal. Jig-A-Loo est une marque en plein essor, qui a su conquérir le marché canadien. Les bases de sa croissance internationale sont fermement établies. Je partage l’avis de mes partenaires en croyant qu’il n’y a pas de limites géographiques à ce produit. Tous les foyers sur la planète ont besoin de JIG-A-LOO ”, de renchérir M. Gilmour.

De son côté, Maurice Pinsonnault avoue que la commercialisation de ce produit nécessitera beaucoup d’efforts et d’énergie. Il ajoute : “ J’ai un grand sentiment de paternité vis-à-vis JIG-A-LOO mais je réalise que cette marque incroyable doit faire le tour du Monde. C’est pourquoi je la confie à des gens de grand talent qui pourront la faire connaître dans tous les foyers, sur tous les continents ”.

En plus d’importants investissements promotionnels et publicitaires au Canada au cours des prochains mois, les nouveaux actionnaires prévoient commercialiser JIG-A-LOO aux États-Unis à compter de l’automne 2006. Ces derniers profiteront de leurs connaissances et de leurs expertises agglomérées provenant des secteurs de la finance, du droit et de la mise en marché.

- 30 -

Sources : Johanne Fondrouge, Directrice générale – JIG-A-LOO World
jfondrouge@jigaloo.com / (514) 768-2867 (poste 100)

Jean Lambert, Parabellum Communication
jlambert@parabellum.ca / (450) 534-2622